



L'email marketing & la DELIVERABILITY secondo

Valerio Fioretti

special guest per TurboSMTP

"Ho iniziato a smanettare con i computer a 12 anni e da allora non ho più smesso!"

Valerio Fioretti fa parte del gotha del settore marketing e **web marketing** in Italia. Nel 2000 ha aperto il suo studio e da allora lavora come **consulente** per brand molto importanti.

È **autore** e **formatore**, il suo blog offre decine di contenuti imperdibili ogni settimana.

Rappresenta uno dei protagonisti più autorevoli del panorama digital italiano e viene spesso invitato come **ospite** e speaker nei più **grandi eventi** nazionali e internazionali.

E QUESTA VOLTA LO ABBIAMO INVITATO NOI.



PREMI E RICONOSCIMENTI

Miglior consulente corporate 2022 in Italia con un'Academy che conta più di 35.000 imprenditori iscritti.



BRAND SEGUITI

Apple Italia, CONI, GreenVision, Invidia1973 e tante altre imprese e professionisti in Italia e all'estero.



EMAIL INVIATE

In un mese normale circa 300/400 mila, ma è facile arrivare anche a 2 milioni durante il lancio di un prodotto.

Il Problema

Ho provato tutte le **piattaforme** disponibili sul mercato ed ero stufo di vedere i **risultati** delle mie campagne **crollare vertiginosamente** e all'improvviso. Ogni volta è sempre la stessa storia: la consegna viene garantita ma la realtà è molto diversa.

Dovevo assolutamente risolvere il **PROBLEMA DI CONSEGNA** delle **email in Italia** a indirizzi italiani.

Email mktg e DELIVERABILITY

L'**email marketing** è **tutto** in una strategia digital. Personalmente, io lavoro quasi unicamente con le email.

La mia **mailing list** conta decine di migliaia di utenti e mi permette di attingere moltissime **informazioni preziose** sul mio pubblico.

Conoscere questi dati è fondamentale per **fargli trovare ciò che cerca** direttamente nella sua casella di posta.

Contenuti, profilazione e deliverability sono gli ingredienti necessari per una buona campagna di email marketing. Ma la **deliverability** va sicuramente messa al **primo posto**.

Una **buona piattaforma** di email marketing deve quindi offrire un ottimo editor, automazioni funzionali e una **deliverability impeccabile**.

Editor e automazioni li possiamo valutare subito, anche durante un periodo di prova, per la deliverability è diverso invece. Iniziamo a scoprire se le email vengono consegnate solo dopo un po' di tempo che inviamo.

È palese che, se il **messaggio non arriva**, tutti gli sforzi fatti a monte vengono vanificati, e la nostra campagna si trasforma in una **perdita di tempo e di denaro**.



"**TurboSMTP** mi ha cambiato la vita. Sono passato da avere un **livello di consegna X**, con magari 4 o 5 punti percentuali in più rispetto ai miei colleghi, ad avercelo **quasi del doppio**. **NON VI MOLLO PIÙ!**"

La Soluzione

Ho incontrato il Team di TurboSMTP per la prima volta al Web Marketing Festival di Rimini la scorsa primavera. Neanche a farlo apposta, in quei giorni, stavo lottando contro l'ennesimo episodio di crollo delle performance delle mie campagne email legato ai soliti problemi di consegna.

Parlando con il Team ho visto una **grandissima professionalità** dietro alla piattaforma, con una cura molto specifica dei server. I fattori che ho valutato, e che lo hanno **differenziato** da tutti gli altri, sono 3:

1

DELIVERABILITY

Ho provato tutte le più blasonate e costose piattaforme di email marketing, e nessuna è riuscita a superare TurboSMTP in termini di deliverability.

2

INTEGRAZIONI

A differenza della maggior parte dei sistemi italiani, TurboSMTP mi ha permesso di scegliere la piattaforma che preferivo, liberandomi da ogni vincolo.

3

INFRASTRUTTURA E ASSISTENZA

L'infrastruttura server di TurboSMTP è in Italia e quindi GDPR compliant. L'assistenza è eccezionale, in 1 o 2 ore al massimo il mio problema era risolto.

Ho subito pensato che **TurboSMTP** potesse essere la **soluzione** a molti dei miei grattacapi, e così è stato. TurboSMTP risolve una serie di problematiche, soprattutto dal punto di vista **legale**, che una persona non si aspetta e a cui, a volte, nemmeno pensa.

Dal punto di vista tecnico poi, **gran parte del lavoro lo fa il Team**. Per esempio, in caso di hard bounce, esclude direttamente il contatto in questione dagli invii successivi.

Giorno dopo giorno, sono sempre più convinto di aver fatto la scelta giusta. Avere la **certezza** di qualcuno che risponda quando chiami per un problema, non è una cosa da dare per scontata.

L'esperienza con TurboSMTP

Ho iniziato a utilizzare TurboSMTP da subito. Giusto il tempo di configurare l'account e ho cominciato a vedere immediatamente dei **risultati positivi**.

Per fare un esempio, ho mandato delle email alla mia lista con il provider che stavo utilizzando e, dopo 2 giorni, le ho inviate con TurboSMTP. Beh, una volta inviate con Turbo, mi sono tornati indietro migliaia di autoresponditori. Questo significa che, **con il provider che utilizzavo prima, le email nemmeno arrivavano a destinazione**. E io non lo sapevo.

"È stato il primo segnale a farmi capire che le **email arrivavano** davvero."

Configurati i parametri DNS

Abilitato l'INVIO

Fatto il WARM UP

Dopo 2 settimane invio a BOMBA

I Risultati

TurboSMTP ha **migliorato** radicalmente le mie **statistiche** di invio e ingaggio con le email. Dopo 2 mesi di utilizzo e oltre mezzo milione di email inviate, le statistiche e i **risultati** sono stati **stupefacenti**.

A differenza di molti altri server SMTP che promettono di inviare le email, la risposta di **TurboSMTP** è stata davvero sorprendente, e ha **SUPERATO LE MIE ASPETTATIVE**.

Ho risparmiato molto tempo (e denaro) evitando di rincorrere email che non arrivavano. L'ho integrato facilmente con molte piattaforme, anche con script che ho realizzato io stesso.

99%

Tasso di consegna delle email inviate da quando ho iniziato a utilizzare TurboSMTP (99,54%)

80%

Tasso di apertura delle email inviate alla mia lista dopo una specifica profilazione degli utenti

15%

Aumento del tasso di apertura delle email inviate alla mia lista senza specifica profilazione

Grazie a TurboSMTP mi sono accorto che le persone che prima non mi leggevano, o mi leggevano raramente, ora lo fanno sempre.

Ho **aumentato il tasso di apertura e i click** delle mie campagne, e questo per me significa, banalmente, **più vendite**.

Il mio consiglio

A un'azienda che non utilizza l'email marketing direi che, come dicono gli americani, sta lasciando dei soldi sul tavolo. Non si può pensare di avere un business funzionale e in crescita utilizzando solo i nuovi media. Certo, ci devono essere, ma devono essere sostenuti da qualcosa di più solido, come l'email marketing.

TurboSMTP può sembrare uno strumento tecnico e difficile da gestire, ma in realtà è una **piattaforma semplice e intuitiva**, che porta **risultati concreti** e visibili fin da subito.

"Qualsiasi cosa sia stata fatta fino ad ora con l'email marketing può essere estremamente migliorabile grazie a TurboSMTP"

